# Semiótica de Redes

## Catedra: Carlón

## Docente: Josefina De Mattei

## Informe N°2 - Comisión 22


**Grupo 4:**

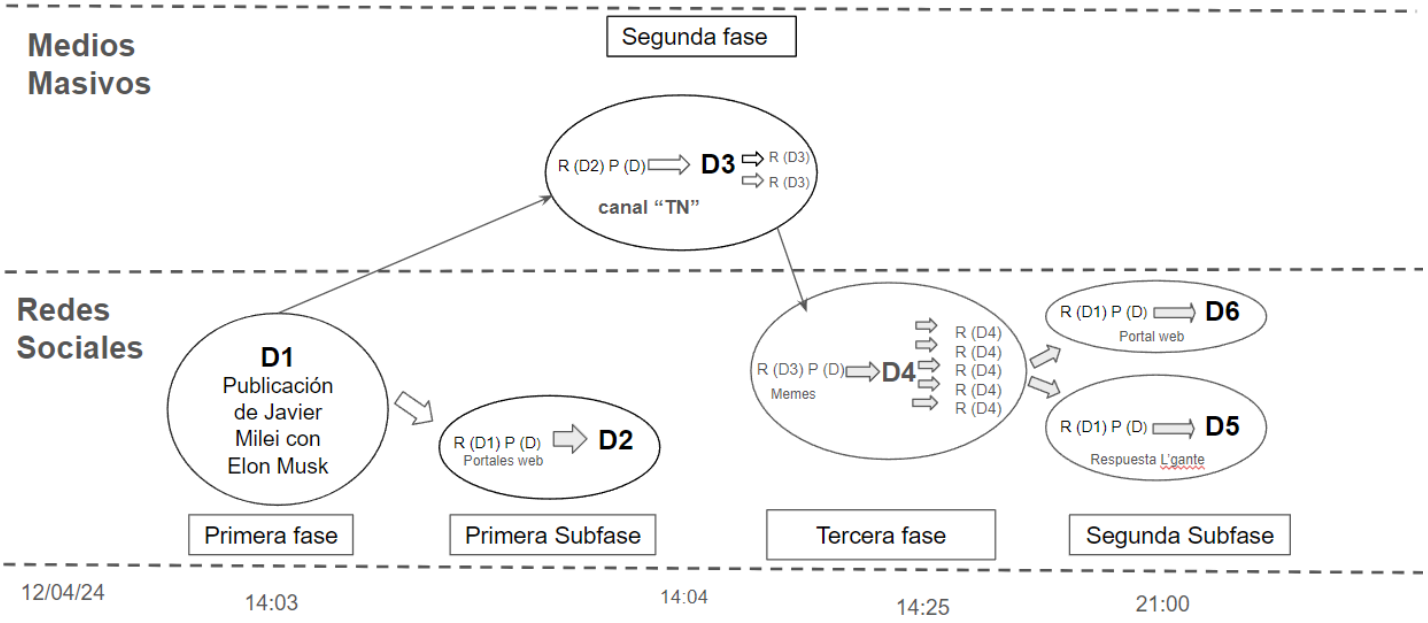
- **Agustín Cardozo**
- **Nicole Rojas**
- **Martin Reidman**
- **Lara Greco**
- **Ariel Fiorentino**

# Introducción

Con el fin de poner en evidencia los procesos de circulación de sentido, nos proponemos realizar un proyecto de investigación a partir de la imagen del Presidente de la Nación Javier Milei con el empresario, cofundador y director general de TESLA, Elon Musk en su encuentro en la planta industrial de la compañía en Austin, Texas, Estados Unidos. Partiendo de las publicaciones llevadas a cabo en las redes sociales del político argentino del 12 de abril del 2024, puntualmente la foto de ellos juntos en la puerta de las oficinas con ambos pulgares arriba. Analizaremos el recorrido de repercusiones que se dispararon tras informar sobre su reunión con el magnate, desde las respuestas de los individuos y lo que se generó, hasta su escala en los medios masivos de comunicación. En ese recorrido, de las redes sociales, recolectamos contenido de Instagram, Twitter, Facebook y YouTube para evidenciar el reconocimiento del discurso, incluyendo reacciones positivas como negativas, memes o imágenes generadas con Inteligencia Artificial, y diversas opiniones. Respecto a los medios masivos, analizaremos portales de internet tanto locales como internacionales, además de transmisiones de noticieros que hayan difundido la noticia y tomaremos tanto las primeras noticias para informar el encuentro como la generación de cualquier otro contenido con la imagen mencionada, ya sea respecto al presidente, o no, como también el informe de algún otro encuentro. Demostraremos en qué medida esta imagen se replica constantemente, generando una multiplicidad de discursos, sean afines o no al espacio político del Javier Milei, aún en la posterioridad del encuentro por fuera del suceso circunscripto en la “actualidad” productiva, sumando, además actores sociales que no se relacionan con el suceso en sí, como el ex-presidente de la nación, Alberto Fernández. También nos parece fundamental analizar el diálogo entre el contenido con los medios masivos de comunicación y los individuos corrientes de las redes sociales mencionadas, y las respectivas repercusiones que a su vez cooperan con el punto de la hipótesis.

# Gráfico de Circulación

Gráfico




# Nivel de Observación de Fases

## FASE 1

**Encuentro de Milei y Musk**

Nuestro Discurso Objeto (D1) se centra en el discurso presente en las cuentas oficiales del Presidente de la Nación Argentina, Javier Milei. En particular, examinamos una publicación hecha en Instagram el 12 de abril de 2024. En dicha publicación, Milei comparte una fotografía en la que aparece junto al magnate empresario Elon Musk, conocido por ser el CEO de Tesla Motors, así como de otras empresas importantes como PayPal y OpenAI.

La imagen fue tomada en los Estados Unidos, frente a las oficinas de TESLA, empresa de la cual Elon Musk es propietario. En la imagen, tanto Milei como Musk están de pie, mirando a la cámara, y ambos levantan los pulgares en señal de aprobación. Este gesto y la presencia de ambos personajes de relevancia mundial en una sola imagen sugieren una alianza o un acuerdo significativo entre ellos, lo cual podría tener implicaciones importantes tanto para Argentina como para las empresas de Musk.

Podemos encontrar condiciones de producción respecto a este esperado encuentro, ya que el mismo presidente en un discurso en el Foro de Davos llamó “héroes” a los empresarios publicado un 17 de enero del 2024. Luego de su discurso, Milei sube a su cuenta de Instagram una foto de Elon Musk con un zócalo que dice lo siguiente “Elon Musk elogió el discurso de Milei en Davos y desató la euforia de los libertarios” del portal Clarín.com.

Así mismo su icónica frase de “Viva la libertad carajo”, con la cual acompaña la imagen del Discurso Objeto (1), presupone una condición de producción, ya que se rastrea en varios de sus discursos y posteos anteriores, tanto en sus redes sociales, como en sus discursos levantados por medios masivos. La pose de Milei en la foto analizada es la misma que utiliza para posar en muchas de las imágenes que sube indistintamente de la persona con quien se toma la foto (ambas manos con los pulgares arriba).

Tras la publicación, la imagen comienza a propagarse tanto en las redes sociales como en los medios de comunicación, dando lugar a la red de circulación de sentido a desarrollar a lo largo del presente trabajo. La misma adquiere una circulación vertical, de abajo hacia arriba ya que inicia en las redes sociales y se desplaza de forma ascendente hacia el sistema de medios.

El mismo día de la publicación de Milei, varios portales de noticias virtuales nacionales e internacionales toman la imagen analizada que comienza a circular horizontalmente en las mismas redes sociales, configurando una nueva discursividad (D2) dentro de la cual observamos múltiples reconocimientos, tales como el portal de CNN (D2-R1), Argentina.gob.ar (D2-R2), Infobae (D2-R3) y El Cronista (D2-R4). Debido a esto, al reconocer que existe un cambio de enunciador mas no un movimiento entre sistemas, reconocemos que se configura la **primera Subfase**.

## FASE 2

A partir de este momento, es cuando el encuentro entre Javier Milei y Elonk Musk es reproducido por los medios masivos. En esta ocasión, se da una circulación vertical y ascendente, debido a que el mismo día de la publicación (12 de abril del 2024), distintos canales televisivos muestran el posteo del presidente de la República

Argentina en la red social “X”, entre tantas otras imágenes que aparecen de la reunión.

El canal de noticias “TN” (D3),un minuto después, a las 14:04 horas, fue el primero en reproducir la publicación entre el mandatario argentino y el empresario sudafricano. En el programa se hace alusión a cada foto pero cuando muestran en la pantalla chica la imagen que se analiza en el presente trabajo, desde el noticiero reconocen la condición de producción de Milei con los pulgares hacia arriba. También se puede observar comentarios de personas que siguen la cuenta celebrando el encuentro, que son condiciones de producción a publicaciones del mismo presidente con los mismos comentarios.

Unos minutos más tardes, La Nación + (D3) además de comentar el encuentro hacen hincapié en la relación entre ambos, hablan de Starlink (otra empresa de Elon Musk que brinda servicios de banda ancha) donde se puede observar una condición de producción cuando el presidente por cadena nacional nombra a la empresa en su plan de desregular la conectividad a internet en la Ley Ómnibus el 21 de diciembre 2023. Hablan de la integración de Argentina al mundo y las similitudes que existen entre MIlei y Musk con la foto analizada de fondo, por ejemplo, no tener traje y corbata pese a la importante posición que ocupan ambos y los pulgares arriba nuevamente vuelven a aparecer como condición de producción.

A las 16:41 Canal 26 (D3) se hace eco de la noticia pero a diferencia de los otros dos canales de televisión además de las fotos que publicaron, deciden agregar un video recopilando el encuentro entre los dos. La periodista hace una descripción muy detallada de la empresa Giga Texas y los planes que tienen ambos como un posible próximo encuentro en el país y el interés por el litio argentino que es condición de producción de la intención del presidente de liberar el litio derogando la Ley de Tierras.

# FASE 3

Tras subirse la imagen con Elon Musk en las redes de Javier Milei, a las 2 pm el 12 de abril de este año, y ser reproducido por los medios masivos, podemos identificar un cambio de fase al aparecer los individuos como actores que comparten la información que aparece tanto en los medios como en la cuenta del mandatario. La misma circula horizontalmente en las mismas plataformas donde se subió la imagen original a través de las cuentas de los usuarios que la replican, la propagan y la resumen modificando parcialmente su significación; estableciendo comparaciones con otros políticos, modificando parcialmente la imagen, y modificando en lo que podemos englobar como las condiciones de reconocimiento de la imagen original.

Aproximadamente en el mismo rango de horario, varios usuarios de las diversas redes sociales replicaron el contenido de la imagen analizada con nuevas discursividades respecto a la foto original, hablando a favor y en contra. Uno de los primeros comentarios que se registran es a las 2:25 pm, la cuenta @Maquialifranco subió la imagen analizada y añadió una imagen publicada el día 30/10/2019 cuando el ex-presidente Alberto Fernández tuvo un encuentro con un presidente de mesa durante una jornada electoral que fue discriminado. Se estableció un paralelismo entre ambas situaciones, amalgamando ambos discursos con la oración

“Impresionante el cambiazo que metimos en noviembre 2023” generando una nueva discursividad (D4), que alcanzó una gran cantidad de reproducciones, al punto de llamar la atención del presidente Javier Milei, quien replicó el tweet.

También se generó contenido contra del mandatario: Las cuentas, a las 2:37 pm @_Xpertoenahorro (D4), a las 2:40 pm @marianherrrera (D4), y a las 2:43 pm @Marthalamartha (D4) , tomando parcialmente la imagen y distorsionando ciertos aspectos de la misma para evocar otro sentido del D.O inicial.

A las 2:46 pm, el usuario @PatrickAbrazos sube una ilustración del encuentro (D4-), una creación en base cómo condición de producción (la idea de Patrick), retomando la Fase 1 el foro de Davos, en la que utiliza a los dos actores del D1 mostrado como el superhéroe Wolverine a Javier Milei y a Elon Musk como Iron Man con una X en el centro, en referencia a la red social de la que es dueño, que lo identificamos como otra condición de reconocimiento del D1 potenciando el sentido de la imagen original y a su vez convirtiéndolo en otro Discurso, Finalmente, el presidente utilizó la ilustración e interactuó con ella en su cuenta de Instagram, donde la subió como una publicación nueva posterior a la imagen del D1.

A las 3:17 pm de ese mismo día, @Indignadoxd subió la imagen con la frase “Milei hizo que Musk haga el doble ok” y su logo, ante lo cual los usuarios interactuaron dejando 5.200 retweets, 5.200 me gusta y 280 comentarios (D4)

Ese mismo día, a las 5:32 pm, la cuenta popular llamada Indignado! sube la imagen con el D.O (1) junto con una foto del 31/10/2021 de Alberto Fernández en una reunión con el artista L’gante estableciendo una comparación. Entre ambas bajo la inscripción “Qué bien que pusimos el voto”. En esta condición de reconocimiento del D.O, se origina un nuevo discurso (D3) con una condición de producción que toma la foto original sumado a la reunión que tuvieron Alberto Fernández y el artista. En esta nueva discursividad, podemos identificar como condición de producción tanto el (D1), la imagen a analizar de Milei y Musk, y el tweet mencionado anteriormente de @Maquialifranco en el que sube la imagen del ex-presidente con Brian, el fiscal discriminado y la foto de Milei y Musk juntas.

Este discurso circuló por sí solo en las redes, dando lugar a que otros usuarios la compartan, generando nuevas condiciones de reconocimiento de ese (D3), entre ellos el usuario @Azabacheonline que subió el contenido a sus historias de Instagram con la frase “Viva La Libertad Carajo!!!”, lo cual es levantado por la cuenta de Javier Milei.

Ante eso, el manager del artista L’gante subió la historia del mandatario con la publicación de Indignado! emitiendo un comunicado, por lo que generó una nueva discursividad producto de una condición de reconocimiento de la imagen original, (D5) Esta situación la identificamos como una **Subfase**, ubicada en la Fase N°3, ya que interviene un artista e interactúa con el contenido dispuesto en una de las condiciones de reconocimiento de la imagen analizada, la cual se propaga y genera repercusiones por sí misma.

Posteriormente, el 16 de Abril, las historias del manager de L’gante, la historia de Javier Milei y la publicación de Indignado! fueron utilizadas por el canal de Youtube MDA, “el primer noticiero de las redes sociales” que realizó un video explicativo desarrollando el conflicto entre el manager del artista y el presidente de la Nación, produciendo un nuevo discurso en relación al reconocimiento de Indignado! (D5).

Esto sostiene nuestra formulación respecto a que este sistema discursivo originó una subfase.

También, el 13/04/2024, [Juan Ramón Rollo, en su canal de Youtube], tomó la imagen de la reunión con el fin de analizar los puntos claves de la misma en un producto discursivo que modificó el formato de las condiciones de reconocimiento que veníamos analizando hasta ahora.

Posteriormente, el 11 de mayo a las 9 pm, el contenido siguió replicándose en las redes; en este caso, la página Indignado! utiliza la imagen para realizar una animación con inteligencia artificial en la que el presidente Javier Milei y el empresario Elon Musk bailan al compás de una cumbia describiendo el video con "[Se picó el presi con Elon]".

A partir del contenido generado por los usuarios, que circuló horizontalmente en la Red de Internet posterior a la subida del D.O (1), se vuelve a modificar el enunciador, obteniendo una nueva subfase. El portal digital del medio de comunicación Perfil a través de dichas imágenes y videos que surgen del reconocimiento de la imagen principal se redactó una notas periodística (D6) haciendo un compilado de “memes” en una sección llamada “repercusiones” en las que dedica columnas de redacción a las condiciones de reconocimiento de Discursos Objeto.

SOCIEDAD • REPERCUSIONES

"Wolverine", la celebración de Macri y el paseo en Cybertruck: los mejores memes y comentarios del encuentro entre Milei y Elon Musk

# Conclusión

El 12 de abril del 2024 se produjo un encuentro en la fábrica de Tesla de Los Ángeles en los Estados Unidos entre el Presidente de la República Argentina, Javier Milei, y el inversor, empresario y dueño de Twitter (X), Elon Musk, en uno de los episodios más relevantes en materia de política internacional y de representación

cultural en este año tras la asunción del mandatario argentino. Una reunión que implicó no sólo la concreción de la agenda del mandatario, sino el trazado de una marcada línea de proyección política muy contrastante a la que pudimos observar los últimos años; una reunión cuya viralización era inminente. Partiendo de allí, pudimos observar cómo, a través de un discurso inicial, que seleccionamos como la imagen de Milei y Musk con los pulgares arriba en las afueras de la fábrica, se produjo un proceso de circulación de sentido que fue fluctuando a medida que se iban produciendo nuevos discursos propios de las condiciones de reconocimiento. Desde usuarios a medios masivos, la noticia no tardó en expandirse por todos los sistemas de circulación.

El Discurso Objeto que nos propusimos analizar corresponde a una publicación en las diversas redes -de las cuales nos limitamos a investigar Twitter e Instagram- del Presidente de la Nación (@javiermilei). Tras el encuentro con Musk, en las redes de Milei se publican una serie de seis fotos con el empresario. Solo una de esas imágenes conquistó la gran cifra del millón de likes y los 30 mil comentarios. Una de las interrogantes que nos motivó a elegir esa imagen en particular fue su masividad, específicamente en esa foto. Es la única de todas que tiene a los dos referentes exponenciales del encuentro de cuerpo entero y únicamente ellos dos sujetos solos, sumado a la significación que tiene la imagen para la política internacional y la sociedad argentina, en una imagen representativa del contexto actual en la que el presidente hace su típica pose y es Elon Musk quien replica el gesto. En otras palabras, Elon Musk, multimillonario, inversor, disruptivo, persona importante del mundo imita a un presidente argentino. Es tal la marca registrada de Milei en sus poses, que la segunda foto con más interacciones es otra donde se repiten los pulgares hacia arriba. Debido a esto, a la relevante significación que tiene esta imagen en este momento político, es que entendemos el porqué de la rapidez con la que se desarrolló su circulación y cómo el Discurso Objeto principal, la imagen, se distorsionó rápidamente en diversos discursos que dieron como resultado al reconocimiento de la imagen.

Del Discurso Objeto registramos varias condiciones de producción, como manifestamos en el desglose de la Fase 1, entre las cuales están la icónica pose mencionada anteriormente de Javier Milei con los pulgares arriba que repite en todas sus imágenes, sus dichos en alusión a Elon Musk, a quien manifestó que admira en varios discursos anteriores.

En primer lugar, partimos de la Fase 1 en la que, tras la publicación de la imagen (D.O 1) originada en las redes sociales (RR.SS), los portales de medios digitales, tanto nacionales como internacionales, levantan la nota desde sus redes sociales a través de placas sintéticas con el fin de difundir la noticia rápidamente a través de las mismas redes sociales, como también suben a sus plataformas digitales. En los medios masivos se pueden notar unas sutiles pero importantes diferencias, si bien por supuesto hacen énfasis en el encuentro y la integración al mundo, se habla más de ellos dos y las coincidencias que los unen (La Nación + por ejemplo marca como Elon Musk retwitteado una vieja entrevista de Milei), la relación amistosa que pueden tener y que Elon Musk invierta en el país. De hecho, uno de los medios, Canal 26, hace hincapié en la biografía de Elon Musk, nombrando los empleados que tienen, cuántas hectáreas tiene su fábrica y los autos modernos que realiza; es decir, cada nota posee un enfoque distinto del encuentro llevado a cabo y desarrollan, a través de la misma imagen, contenido diferente.

Luego, en la fase 2, vemos como la imagen comienza a aparecer en los canales televisivos, que levantaron esta fotografía para ilustrar notas periodísticas e informes respecto al encuentro; esto constituye un disparo ascendente del sistema de RR.SS al de los Medios Masivos, como se puede ver en el gráfico adjunto.

En la Fase 3 observamos cómo la información de los medios masivos desciende hacia las redes sociales nuevamente cuando los usuarios a partir de la información de la reunión y la imagen del D.O (1) y producen memes, videos e ilustraciones con chistes o reflexiones en todas las redes sociales, tanto quienes se manifiestan positivamente o negativamente frente al encuentro de Musk y Milei en la cual diferenciamos una subfase; cuando un usuario compara la imagen de la reunión mencionada con una reunión del ex-presidente Alberto Fernández con Lgante o con un fiscal discriminado.

Por último, observamos un último ascenso a los Medios Masivos, en la Fase 4, cuando los medios, específicamente Perfil, toma los memes producidos y los recopila en una nota periodística.

A través de este análisis, podemos comprobar cómo se rompe la linealidad del discurso, que partió de la reunión entre el presidente y el empresario con un único sentido interpretativo, con determinadas condiciones de producción que son similares al Discurso Objeto, pasan a ser interpretadas por los diversos actores y producen distintas condiciones de reconocimiento con huellas completamente

diferentes, obteniendo de lo que fue una imagen de una reunión, memes, videos, ilustraciones, notas televisivas e informes periodísticos, e incluso involucrando a otros actores sociales, como en las imágenes que se suman de Alberto Fernández. A través de este desfase, podemos probar lo que manifiesta Verón respecto a la no linealidad de la circulación sentido. Las condiciones de producción y de reconocimiento no son productos discursivos iguales, lo cual demuestra que el sentido que se disparó a partir de la foto original, el Discurso Objeto (1), los pulgares arriba de Elon Musk, activa todo una red de circulación que es incalculable, inconmensurable y que definitivamente, es infinita.